

Литература

1. Евгеньева Т. В. Установки и стереотипы массового сознания [Электрон. ресурс] Режим доступа:
http://www.elitarium.ru/2007/03/27/ustanovki_i_stereotipy_massovogo_soznaniya.html
2. На наш взгляд, вопрос о том, что является первичным в конструировании образов идеальной телесности(мода или СМИ) является дискуссионным и схож с извечной проблемой, что появилось первым – яйцо или курица. С одной стороны, есть индустрия моды (или же институт моды), который тиражирует через СМИ те или иные образы, с другой стороны, СМИ обладают возможностью под влиянием ряда факторов отбирать, что подвергнется тиражированию и трансляции, и, соответственно, станет модой (в значении определенного массового поведения), а что – нет.
3. Для создания модели детерминации использования женщинами косметической пластической хирургии была использована схема детерминации человеческой деятельности, представленная в книге А.В. Меренкова «Система детерминации человеческой деятельности» / А. В. Меренков ; М-во образования РФ, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. — Екатеринбург : [Изд-во Урал. горно-геол. акад. : Банк культурной информации], 2003. — 229 с.

Гуржиев С.В., Демьянов Е.И.,
г. Екатеринбург

ПРОЯВЛЕНИЕ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ (НА ПРИМЕРЕ ГРУПП В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ)

С переходом к информационному обществу Интернет стал выступать особым социальным пространством, в котором трансформируются традиционные формы социальных отношений, включающим в себя все формы человеческой деятельности, в частности досуговую. По данным Фонда Общественное Мнение, осенью 2010 года доля интернет-

пользователей среди взрослого населения страны составляет 40% (или 46 млн. человек). Общение как вид досуговой занятости и непосредственно досуг как активная деятельность становятся возможными не в традиционной интерпретации, а приобретают иную смысловую нагрузку, определяемую новым средством – Интернетом. «Досуговые практики становятся другими не столько по форме, сколько по содержанию (иное качество читаемой литературы – примером является особо популярные среди молодёжи глянцевого журналы; иное содержание телевизионных форматов, иные способы и каналы общения – Интернет – коммуникации, сотовая связь и т.д.), что связано как с появлением новых информационных технологий, так и с изменением всей мотивационной сферы» [3]. В связи с этим изучение досуговой деятельности в виртуальном пространстве становится актуальным.

В данной статье мы будем опираться на результаты исследования, реализованного исследовательской группой факультета социологии УрГПУ в 2010 году, целью которого являлось выявление возможностей и особенностей досуговой деятельности в социальной сети «ВКонтакте» на примере виртуальных сообществ.

Объектом исследования являлись группы социальной сети «ВКонтакте». Основанием выбора именно этой социальной сети послужило то, что она является одной из самых посещаемых Интернет-ресурсов в России. Для конкретизации нашего исследования мы взяли группы, зарегистрированные в городе Екатеринбурге. В связи с большим количеством таких групп, было отобрано 10 самых многочисленных из них на данный период (с 20 мая по 3 июня 2010 года), а именно: Официальная группа сериала «Счастливы вместе»; «Отборные видео приколы»; Группа «FASHION BRANDS BOUTIQUE»; «Фильмы-катастрофы»; «Мировой футбол - для настоящих болельщиков»; «Я люблю Екатеринбург»; «Группа для тех, кто любит и ценит Adidas»; Группа «Shishkin»; «Лучшая парфюмерия и косметика»; «Любители мультяшек».

Предметом исследования выступало проявление досуговой деятельности в данных группах, ее виды и формы. Досуговая деятельность - это не то же самое, что свободное время, она является его «ядром», содержанием. Помимо досуга, свободное время включает в себя, выражаясь терминологией Маркса, «более возвышенную деятельность» [2] – то, что направленно, прежде всего, на развитие личности – творческие занятия, любительский труд, общественную активность, физические упражнения. При этом все компоненты свободного времени одинаково важны для человека, выполняя разные социальные функции.

По степени общественной полезности выделяютреальный досуг(общественно полезный) и мнимый досуг(асоциальный, личностно значимый).Реальныйдосуг никогда не находится в разрыве как с самой личностью, так и с обществом. Наоборот, это состояние деятельности, создание свободы из необходимых повседневных дел, время для отдыха, самоактуализации, развлечения.Мнимый досуг – это, прежде всего насилие, либо над собой, либо над обществом, и как результат разрушение себя и общества. Мнимый досуг обусловлен неумением проводить свое время, это бесцельное времяпрепровождение, приводящее к асоциальным поступкам.

Досуг в группах социальных сетей не имеет односторонний характер, он трансформируется и принимает специфические формы; одновременно он может представлять собой как обсуждение общих тем участников групп, так и организацию активного отдыха (проведение спортивных мероприятий, организация общественной деятельности, и т.д.).

Люди объединяются для препровождения свободного времени по интересующим их вопросам, которые не находят отражения в реальной жизни. Например, есть группа «приколистов и тех, кто любит заниматься всякой чушью», группа защитников бездомных и брошенных животных, группа «Готовим дома», группа испанской ненормативной деятельности и многое другое.

Нам представляется, что досуговая деятельность в социальных сетях, в частности в группах социальной сети «ВКонтакте», является скорее проявлением (формой) досуговой деятельности в Интернете, которая, в свою очередь, отличается от досуговой деятельности вообще.

На основании полученных данных можно сделать вывод о том, что досуг в социальных сетях нельзя подвести под какую-то определенную типологию, т.к. традиционное понимание видов и форм досуговой деятельности не полностью раскрывает использование свободного времени в сети Интернет. Досуговую деятельность нельзя однозначно рассматривать как реальную или мнимую, а также подводить под определенную направленность, т.к. она сочетает в себе разные виды деятельности.

Следует отметить, по данным Фонда Общественное Мнение от 15.12.2010 к активной части Интернет-аудитории России, выходящей в Сеть хотя бы раз за сутки, можно отнести 32 млн. человек. При том, два года назад примерно такой же по охвату была месячная интернет-аудитория (31,7 млн.).

Резюмируя вышесказанное, можно заключить, что проведение свободного времени в социальных сетях не имеет определенной типологии, носит специфический характер, синтезирует различные виды досуговой деятельности, и, что самое главное, является неотъемлемой частью современного информационного общества.

Литература

1. Андреев Ю.П. Категория "социальный институт" // Философские науки. 1984. №1.
2. Маркс К., Энгельс Ф. Соч.. т. 46. ч. II.
3. Понукалина О.В. Молодежь и СМИ: конструирование представлений о досуге // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы Шестой Международной научно-практической конференции., М., 2009 г.
4. Суртаев В.Я. Основные направления самореализации молодёжи в условиях досуговой деятельности. СПб: 1992 г.

Дундуа К. Э.,
г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ГРУЗИН, ПРОЖИВАЮЩИХ В ГОРОДЕ ЕКАТЕРИНБУРГЕ

Культурные последствия расширяющихся контактов между представителями разных стран и культур выражаются среди прочего и в постепенном стирании культурной самобытности. Особенно это очевидно для молодежной культуры, которая носит одинаковые джинсы, слушает одну и ту же музыку, поклоняется одним и тем же «звездам» спорта, кино, эстрады. Однако со стороны более старших поколений естественной реакцией на этот процесс стало стремление сохранить существующие особенности и отличия своей культуры. Поэтому сегодня в межкультурной коммуникации особую актуальность имеет проблема культурной идентичности, то есть принадлежности человека к той или иной культуре. Следует отметить, что право на сохранение культуры или культурной идентичности содержит некоторые противоречия, которые нельзя недооценивать как с точки зрения объекта права, так и с точки зрения правоприменителя. Не вдаваясь в детали этих противоречий, необходимо заметить, что в целом эти проблемы более актуальны в ситуациях, связанных с разбросанным мультикультурализмом по сравнению с компактным мультикультурализмом.

В декабре 2010 г. нами было проведено и социологическое исследование, посвященное проблеме формирования культурной идентичности представителей грузинской культуры, проживающих в городе Екатеринбурге. . Приведем некоторые важные данные, которые удалось получить от респондентов в ходе исследования.

Одной из самых противоречивых и насущных проблем, связанных с миграционным процессом является вопрос о сохранении и поддержании